

СИСТЕМА ВИЗУАЛЬНЫХ ИНДИКАТОРОВ В ВУЗОВСКИХ ГАЗЕТАХ

С. В. Харитонова

*Институт журналистики Белорусского государственного университета
(Республика Беларусь)*

Статья посвящена исследованию визуальных индикаторов в графическом моделировании современных газет учреждений высшего образования. Автором рассматриваются особенности иллюстрирования изданий и выявляются тенденции цветового оформления корпоративной прессы. Актуальность статьи заключается в разработке научно-методических рекомендаций по совершенствованию способов формирования визуального образа вузовской печати и раскрытии автором узкопрофессиональной проблематики, занимающей значимое место в русле развития теории композиционно-графического моделирования белорусской прессы.

The system of visual indicators in university newspapers

The article is devoted to visual indicators of graphical modeling of newspapers of higher education institutions. The author analyzes the peculiarities of illustration of periodicals and reveals trends in color layout of the corporate press. Relevance of the article is the development of scientific and methodical recommendations to improve a visual image of the university press and disclosure the author narrow professional perspective, which occupies a significant place in the mainstream of the development of the theory of compositional and graphical modeling of the national press.

На современном этапе ускорения ритма жизни современного белорусского общества, увеличения масштабов и темпов распространения информации, ужесточения конкуренции между различными видами средств массовой информации возрастает необходимость повышения «юзабилити» медиаконтента печатных газет. Корпоративные издания учреждений высшего образования стремятся оптимизировать системы ориентирования, архитектонику, улучшить удобочитаемость полос, структуру публикаций. Вместе с тем достигнуть желаемой целостности восприятия информации читателем, выделения им сути в объемных текстовых массивах прессы может позволить разработка четкой системы визуальных индикаторов.

Индикатор (от лат. *indico* – указываю, определяю) согласно дефиниции Большой советской энциклопедии представляет собой ‘элемент, отображающий ход процесса или состояние объекта наблюдения, его качественные либо количественные характеристики в форме, удобной для восприятия человеком’ [1].

Такое определение позволяет использовать термин применительно к графическому моделированию газетной периодики и интерпретировать его как акцентный, графически выразительный элемент дизайна издания, облегчающий навигацию в номере и усвоение информации читателем.

Фотоиллюстрации, цвет, информационная графика (схемы, таблицы, карты, диаграммы) и другие невербальные элементы композиционно-графической модели печатного издания обладают высокой степенью визуальной выразительности, позволяя целевой аудитории молниеносно сканировать информацию и трактовать ее без предварительного знакомства с текстом публикации. Об этом свидетельствуют результаты шведских исследователей К. Холмквиста и К. Вартенберга, которые пришли к выводу, что 55 % времени читатель газеты расходует на чтение, а 45 % – сканирует информацию, останавливая взгляд на самых привлекательных элементах – «точках входа» [2]. Причем максимальная степень воздействия «точек входа» на восприятие читателя принадлежит графике (80 %), 75 % – фотографиям, 56 % – заголовкам и всего 25 % – текстам [3].

Современные университетские газеты отличает стремление их создателей говорить на «выразительном» языке со студенческой аудиторией. Например, в газетах «Эканаміст» и «Диалог» усиление колористичности и насыщенности полос достигается за счет использования трех и более цветных элементов (заголовков, рубрик, фона, текста), каждый из которых может различаться по конфигурации и размеру. Оригинальная цветография достигает наивысшей степени эмоционального воздействия на студента. Вместе с тем не стоит забывать, что целевая аудитория вузовских изданий значительно шире молодежной. Нацеленность студентов на вызов обществу, сопротивление правилам и нормам не должны становиться причиной усложнения цветовой композиции полосы и, как следствие, восприятия публикации.

Хроматические элементы, выступающие в качестве визуальных индикаторов в периодическом издании, не могут определяться исключительно эстетическими предпочтениями целевой аудитории. Важную роль играет четкая организация графических компонентов композиции в упорядоченную систему, отражающую цветовую концепцию издания. Например, в газете «Універсітэт» цветом выделяются вспомогательные элементы полосы – выноски из текста, рубрики, небольшие информационные блоки. Цветовое решение издания поддерживает графический стиль, заявленный на титульной странице, а продуманная расстановка цветовых акцентов в номере помогает читателю легко ориентироваться в нем. Выразительные хроматические элементы формируют единую

равновесную систему визуальных индикаторов, не вступающих в противоречие с черной графикой текстового шрифта. Значимость этой особенности цветового моделирования издания подчеркивает американский дизайнер Т. Харроуэр, рекомендуя использовать цвет для выделения «факультативных элементов» номера: «врезок», буквиц, указателей, анонсов, линеек, рубрик, иллюстраций, броских заголовков (для спецрепортажей), мелких заметок (с легкой заливкой) [4, с. 190]. Одновременно следует помнить о том, что характерной тенденцией оформления современных периодических изданий наряду с повышением уровня контрастности и иллюстрирования изданий выступает минимизация количества графических составляющих композиции, что связано в первую очередь со стремлением оформителей сэкономить время на подготовку номера к изданию. Как следствие, первостепенное значение в художественном оформлении газеты приобретает не декоративно-эстетическая (украшение, привлечение внимания) роль цвета, а функциональная (ориентирование читателя на полосу и в номере).

В зависимости от концентрации, позиционирования на полосе, формы и размеров цветовых и иллюстративных индикаторов эффективность удержания и подчинения внимания аудитории в различных газетах отличается.

В газете Гродненского государственного медицинского университета «Эскулап» фотоиллюстрация выступает в качестве исходной точки знакомства читателя с содержанием номера и публикаций. Интенсивнее, чем другие вузовские издания, газета варьирует конфигурацию и размер фотографий, размещает снимки с пойманными в движении героями, объектами, расположенными в необычных ракурсах, и соответствующим содержанию материала настроением. Вместе с тем скругление углов иллюстраций и придание тени фотоснимкам на фоне современных приемов графического моделирования (использования полноцветных полуполосных снимков, технологии размытых полей и контуров снимков, распределения изобразительных акцентов на полосе в соответствии с размерной иерархией) представляются избыточными способами акцентирования.

Рассмотрим системы визуальных индикаторов в российских газетах Санкт-Петербургского государственного университета «1-я линия» и Челябинского государственного университета «Университетская набережная». В изданиях используются актуальные приемы навигации, среди которых формирование четкого визуального центра, создание хроматических акцентов факультативных элементов полосы, использование инфографики, «врезок», «обтравки».

Последний прием – удаление фона, окружающего человека на снимке, дает возможность бильдредактору размещать фотографии относительно «горизонта» полосы по его усмотрению: направлять взгляд в нужном направлении, позволять «опереться» на таблицу, график, колонку текста. Российский исследователь газетного дизайна В. Скоробогатько называет удаление фона снимка знаком индивидуальности и изобретательности, подчеркивая, что лишение фотографии фона и рамки обеспечивает бесспорное зрительское внимание объекту [5, с. 77]. Тем не менее существует определенная опасность верстки с «обтравкой». Она значительно затрудняет восприятие текста и в случае обтекания иллюстрации по левому краю делает его нечитабельным. Доказано, что среднее время экспозиции, необходимое для правильного восприятия объекта на фотографии без функционального фона (изображение предмета, позволяющее осуществить функцию, ради которой этот объект создан), на 33 % меньше, чем для фотографий с фоном [6, с. 103]. Поэтому весьма убедительны доводы исследователя дизайна периодики С. Самолетова о том, что этим приемом следует пользоваться нечасто и лишь в тех случаях, когда иллюстрация в урезанном виде представляет собой фигуру, близкую к правильной (круг, овал, треугольник) [7, с. 110]. В то же время совмещение текстовых и выразительных графических материалов в самостоятельное сообщение на полосе привлечет читателя. Исследования К. Холмквиста и К. Вартенберга показывают, что материалы, публикуемые в сочетании с графическими элементами, быстрее обращают на себя внимание аудитории и дольше удерживают его. При этом читатели останавливают свой взгляд на подобных публикациях более длительное время, чем на «голых» текстах [2]. Как следствие, увеличивается продолжительность знакомства с материалом.

Значительная часть отечественных вузовских газет («Академия», «Гомельскі ўніверсітэт», «Диалог», «Трибуна», «Вести БелГУТа», «Эканаміст», «Параллель») использует фотоматериал бессистемно, не расставляя смысловые и оформительские акценты. Газеты «Трибуна», «Вести БелГУТа», «Эканаміст» изобилуют постановочными групповыми и одиночными портретами героев, с напряжением глядящими в объектив, протокольными фотоштампами, для которых характерны статичность кадра, неплотная композиция, отсутствие единого композиционного центра и «настроения». В изданиях «Диалог» и «Гомельскі ўніверсітэт» хаотичное размещение в публикациях схожих по жанру, форме и размерам фотографий затрудняет восприятие сопутствующего текста – колонки материалов разделяются иллюстрациями на разрозненные части. Как следствие,

издания нарушают принцип целостности, что накладывает отпечаток на архитектуру текстографических компонентов полосы и номера.

Закономерно возникает вопрос об эволюции графической структуры титульной страницы вузовских газет. Оформители «Вестей БелГУТа», «Эканоміста», «Параллели» и многих других корпоративных изданий забывают о возможности диверсификации жанров, форм и методов подачи фотографий на первой полосе. Вереница снимков узнаваемых, известных в студенческой среде и университетской жизни людей, безусловно, вызывает интерес у целевой аудитории изданий. Вместе с тем поиск графической выразительности титульной страницы не должен ограничиваться небольшими фотопортретами героев социальной жизни вуза. В практике современных печатных СМИ (в том числе в теории фотожурналистики) легко обнаружить множество иллюстративных решений первой полосы, способных привлечь к ней внимание читателя с первого взгляда. Среди них фотозарисовки, фоторепортажи, фотокомментарии, рисунки, фотомонтажи, коллажи и т. п. Их компоновка с основной публикацией, иллюстрированным анонсом, новостной подборкой и другими графическими элементами не только превращает титульную полосу в визуально экспрессивную и содержательно интересную обложку, но и определяет оформительскую модель издания. Если «лицо» газеты композиционно и графически не структурировано, вряд ли стоит ожидать гармоничной системы визуальных ориентиров внутри номера.

В композиционно-графическом моделировании вузовских газет отмечаются несколько особенностей. С одной стороны, возникновение широких возможностей для воплощения оригинальных дизайнерских идей на страницах корпоративных периодических изданий привело к усовершенствованию графической концепции ряда изданий, изменению их подхода к иллюстрированию полос и цветовому наполнению. С другой – несмотря на совершенствование компьютерных программ и технологий верстки изданий большинство вузовских газет отказываются использовать новые современные приемы оформления, придерживаясь стандартной статичной верстки, однообразных графических и композиционных решений.

В прессе учреждений высшего образования визуальные индикаторы применяются все более активно. Понимание того, что цвет, иллюстрации, инфографика и другие графические компоненты обладают высокой степенью визуальной выразительности, отражают зачастую больше информации, нежели слово, и позволяют читателю мгновенно воспринимать и интерпретировать ин-

формацию, увеличивается. Повышение контрастности акцентных элементов – заголовков, иллюстраций, цветных «подложек» – становится определяющей тенденцией моделирования изданий, а стремление к визуализации информации формирует нестандартную практику использования цветовых ориентиров в сочетании с иллюстративными выразительными средствами. Индивидуализация материалов обеспечивается за счет изменения формы публикаций, применения эстетического метода шрифтового оформления и различных способов колористических сочетаний, отражающих характер распределения основных и вспомогательных хроматических компонентов на полосе. Привычным становится визуальное представление в номере узкопрофильной информации – специальных сообщений, метеопрогнозов, сводок. Схемы, таблицы, диаграммы несут полезную информационную нагрузку и визуализируют текстовые материалы преимущественно второстепенного содержания, в то время как трансформация крупных текстовых массивов полосы в выразительные графические блоки имеет более широкие возможности для создания эффектного дизайна и оптимизации восприятия печатных сообщений читателем. Отсюда следует, что корпоративные вузовские газеты находятся в начале пути разработки четкой единой системы визуальных информационно-графических индикаторов.

При выраженной сегодня тенденции визуализации сообщений вузовским печатным СМИ следует четко определять место информационно-графических элементов в структуре номера исходя из их значения и темы, устанавливать оптимальные размеры и количество таблиц, схем, графиков и диаграмм на полосе, придерживаться разнообразия форм и видов. Концентрация и позиционирование информационной графики в изданиях повысит эффективность привлечения и удержания внимания целевой аудитории, позволит читателям моментально воспринимать и интерпретировать новостную информацию в новой визуально привлекательной, оптимизированной форме.

-
1. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. М., 2014. Режим доступа : [http:// http://slovari.yandex.ru](http://slovari.yandex.ru) (дата обращения: 05.03.2014).
 2. Holmqvist K., Wartenberg C. The role of local design factors for newspaper reading behavior – an eye-tracking perspective [Electronic resource] // Lucs. 2005. Mode of access : <http://www.lucs.lu.se/LUCS/127/LUCS.127.pdf>. (date of access : 26.08.2013).
 3. Holmqvist K. [etc.] Reading or scanning? A study of newspaper and net paper reading [Electronic resource] // Lucs. 2012. Mode of access : [http://www.lucs.lu.se/jana.holsanova/PDF/Holmqvist% 20et%20al.pdf](http://www.lucs.lu.se/jana.holsanova/PDF/Holmqvist%20et%20al.pdf) (date of access : 27.08.2013).

4. Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера . Воронеж : Комсом. правда, 1999. 206 с.
5. Скоробогатько В. Круглим, квадратим, вертим... // Журналист. 2010. № 6. С. 74–77.
6. Антонов А. В. Информация: восприятие и понимание. Киев : Наук. думка, 1988. 182 с.
7. Самолетов С. А. Выпуск газетного номера. СПб. : Роза мира, 2006. 122 с.